



**"ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
PROSES KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MELAKUKAN  
PEMBELIAN RUMAH TIPE 36 DI KOTA PADANG"**

*SKRIPSI*

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen*

Oleh :

**PUTERILAYU LESTARI**

04 152 069

**JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
2009**



No. Alumni Universitas

**PUTERI AYU  
LESTARI**

No. Alumni Fakultas

a) Tempat/tanggal lahir : Padang / 24 Januari 1986 b) Nama Orang Tua : Achdiat M. Noer dan Ermina Amir, BA c) Fakultas : Ekonomi d) Jurusan : Manajemen e) NO.BP : 04 152 069 f) Tanggal Lulus : 3 Maret 2009 g) Predikat Lulus : Sangat Memuaskan h) IPK : 3,06 i) Lama Studi : 4 tahun 6 bulan j) Alamat Orang Tua : Perum. Bungo Mas C.13 Rawang Tunggul Hitam Padang

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PROSES KEPUTUSAN  
KONSUMEN DALAM MELAKUKAN PEMBELIAN RUMAH TIPE 36 DI KOTA PADANG**

*Skripsi S1 Oleh Puteri Ayu Lestari. Pembimbing Dra. Yanti MM*

**ABSTRAK**

Dengan semakin meningkatnya pembangunan dan pengembangan rumah tipe 36 di kota Padang membuat developer-developer perumahan terlibat persaingan yang semakin ketat. Masyarakat selaku konsumen pembeli perumahan tidak dengan begitu saja membeli rumah tanpa mempunyai pertimbangan tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi mereka dalam pengambilan keputusan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh faktor produk, harga, lokasi, promosi, faktor pribadi dan faktor sosial terhadap proses keputusan konsumen dalam melakukan pembelian rumah tipe 36 di kota Padang. Metode analisis data yang digunakan adalah metode regresi berganda dengan menggunakan software statistik SPSS 15.0. Untuk pengujian hipotesis secara simultan digunakan uji F dengan alpha 5%. Sedangkan untuk pengujian secara parsial digunakan uji t dengan alpha 5%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor produk, harga, lokasi, promosi, faktor pribadi dan faktor sosial memiliki pengaruh sebesar 35,4% terhadap keputusan pembelian konsumen.

**Kata Kunci :** Konsumen rumah tipe 36, Faktor yang mempengaruhi, Proses keputusan pembelian

Skripsi ini telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal 3 Maret 2009  
Abstrak telah disetujui oleh:

Tanda Tangan			
Nama Terang	Dra. Yanti MM	Dr. Rafni Prima Lita, SE. MM	Verinita, SE. M.Si

Mengetahui,  
Ketua Jurusan

Dr. Harif Amali Rivai, SE. M.Si  
NIP. 132 164 008

Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke Fakultas/Universitas dan mendapat Nomor Alumnus :

	Petugas Fakultas/Universitas	
Nomor Alumni Fakultas	Nama :	Tanda Tangan
Nomor Alumni Universitas	Nama :	Tanda Tangan

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Kebutuhan pokok manusia terdiri dari sandang, pangan dan papan. Hal ini tidak terlepas dari adanya perilaku konsumen yang berusaha memenuhi berbagai macam kebutuhan dalam rangka mencapai kepuasan.

Kebutuhan manusia pada papan merupakan kebutuhan yang sangat mendasar. Papan yang diartikan sebagai sarana tempat tinggal merupakan tempat dimana manusia dapat memperoleh perlindungan, kehangatan dan kenyamanan serta melakukan kegiatan sehari-hari bersama keluarga.

Untuk itu, kebutuhan akan rumah harus dipenuhi dan disesuaikan dengan syarat-syarat sebagai rumah sehat yang dapat menunjang lingkungan yang bersih, indah dan teratur sehingga penghuninya akan merasa aman serta tentram untuk tinggal di rumah tersebut. Dalam membangun rumah harus dapat memenuhi setiap kebutuhan yang diinginkan masyarakat.

Masyarakat atau penduduk adalah konsumen bagi industri perumahan. Peningkatan atau perkembangan jumlah penduduk akan menciptakan kebutuhan yang sejalan dengan permintaan terhadap rumah. Penduduk kota Padang mengalami peningkatan setiap tahunnya, hal ini terjadi karena kota padang merupakan ibukota provinsi Sumatera barat dimana segala kegiatan berpusat di kota ini. Berdasarkan data BPS Sumbar bahwa penduduk kota Padang mengalami pertumbuhan sebesar 2,7% pertahun. Pertumbuhan penduduk ini akan menciptakan peluang pasar perumahan karena setiap penduduk membutuhkan rumah . Kebutuhan tersebut akan mendorong permintaan terhadap rumah. Oleh

karena itu perkembangan jumlah penduduk dalam wilayah pemasaran kota Padang perlu diteliti, karena erat hubungan antara jumlah perumahan dengan perkembangan jumlah penduduk. Berikut ini tabel jumlah penduduk beserta jumlah rumah yang tersedia.

**Tabel 1.1**  
**Perkembangan Jumlah Penduduk dan Ketersediaan Rumah di**  
**Kotamadya Padang Tahun 2003 -2007**

Tahun	Penduduk (Jiwa)	Kebutuhan Rumah (Unit)	Rumah Tersedia (Unit)	Kekurangan (Unit)
2003	764.770	152.954	113.519	39.435
2004	792.273	158.455	115.643	42.812
2005	799.736	159.947	117.204	42.743
2006	819.765	163.953	117.840	46.113
2007	838.190	167.638	119.787	47.851

Sumber : BPS Sumbar dan Bappeda Tk II Kotamadya Padang

Dari tabel dapat kita lihat bahwa penduduk kota Padang terus meningkat setiap tahunnya, begitu juga dengan permintaan akan rumah. Dengan standar penghunian 1 rumah adalah 5 orang maka pada tabel diatas dapat dilihat kekurangan ketersediaan rumah yang dapat dijadikan peluang bagi developer perumahan untuk meningkatkan penjualan produknya, karena kebutuhan rumah sebagai sarana tempat tinggal juga semakin meningkat seiring dengan peningkatan jumlah penduduk tersebut.

Dewasa ini, kebutuhan akan rumah menjadi perhatian yang cukup serius bagi pemerintah, adanya tuntutan masyarakat untuk dapat memiliki rumah yang sesuai dengan tingkat daya beli masyarakat merupakan suatu fenomena yang masih belum terselesaikan secara tuntas.

(Darmayana, dkk,2002) menyatakan bahwa upaya pemerintah dalam memenuhi kebutuhan akan adanya perumahan yang layak bagi masyarakat, secara

## BAB V PENUTUP

Dari pembahasan yang telah di kemukakan sebelumnya, maka berikut ini penulis mencoba menarik beberapa kesimpulan, keterbatasan dan saran yang mungkin diperlukan terhadap hasil pengolahan variabel-variabel yang diteliti. Hal ini bertujuan untuk dapat memberi pertimbangan kepada developer-developer perumahan tipe 36 di kota Padang sebagai bahan masukan dalam memasarkan rumah tipe 36.

### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis mengemukakan kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada umumnya responden menyatakan setuju bahwa faktor-faktor produk, harga, lokasi, promosi, faktor pribadi dan faktor sosial berpengaruh dalam melakukan pembelian rumah tipe 36 di Kota Padang.
2. Dari uji F Statistik dengan menggunakan variabel faktor produk, harga, lokasi, promosi, faktor pribadi dan faktor sosial dapat disimpulkan bahwa secara serentak semua variabel memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen dalam membeli rumah tipe 36 di kota Padang yang dapat dilihat dengan nilai signifikansi *p-value* sebesar  $0,000 < \alpha(0.05)$  yang artinya signifikan.
3. Dari uji koefisien determinan ( $R^2$ ) dengan menggunakan variabel faktor produk, harga, lokasi, promosi, faktor pribadi dan faktor sosial didapatkan hasil sebesar 35,4% yang berarti secara bersama-sama memberikan pengaruh sebesar 35,4% terhadap keputusan pembelian konsumen dalam

## DAFTAR PUSTAKA

- Andesta, Riri. *Analisis Dampak Kinerja Pelayanan Dan Kepuasan Sebagai Moderating Variable Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Bukopin Cabang Padang*". Skripsi S1, Jurusan Manajemen Universitas Andalas, Padang, 2008.
- Arman, Dewi Utami, ST. *Pengembangan Tata Cara Pemilihan Lokasi Perumahan Sederhana Dengan Mempertimbangkan Kepentingan Sektor Pemerintah, Swasta dan Masyarakat ( Studi Kasus : di Kota Padang)*, Padang, 2000.
- A. Shimp, Terence. *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Alih Bahasa, Revani Sjahrial, SE dan Dyah Anikasari, S.Sos. Edisi Kelima, Jilid I, Jakarta : Erlangga, 2003.
- Boyd, Walker. Larreche. *Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*, Alih Bahasa Imam Nurmawan, SE. Jilid 1, Edisi Kedua, Jakarta : Erlangga, 2000.
- Bustami, Hanifah Dewi. *Analisa Faktor-Faktor yang Dipertimbangkan Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Sepeda Motor di Kota Padang*. Skripsi S1, Jurusan Manajemen Universitas Andalas, Padang, 2005.